

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan kuesioner berupa jawaban responden mengenai kecenderungan masyarakat dalam memilih merek mie instan serta faktor-faktor bauran pemasaran produk mie instan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Cabang Palembang, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Jumlah masyarakat yang memilih 4 merek mie instan dari PT. Indofood berbeda, dan berdasarkan data merek mie instan yang paling banyak diminati masyarakat atau yang cenderung dipilih oleh masyarakat adalah mie instan merek Indomie.
2. Produk mie instan dari PT. Indofood sudah berkualitas baik dan menggunakan bahan yang higienis juga halal. Produk mie instan PT. Indofood memiliki banyak varian rasa dan juga mempunyai pilihan jenis (mie goreng dan mie kuah) selain itu mie instan PT. Indofood juga telah memberikan kepuasan tersendiri terhadap selera konsumen.
3. Harga mie instan dari PT. Indofood sesuai dengan nilai dan manfaat yang diterima oleh konsumen dengan harga yang terjangkau mie instan PT. Indofood mampu bersaing dengan produk dari perusahaan lain karena setiap harga telah disesuaikan dengan varian yang ada.
4. Tempat/pendistribusian mie instan PT. Indofood berada ditempat yang strategis ditengah kota dan mudah dijangkau. Produk mie instan juga mudah didapat baik di mall, minimarket, pasar, warung dan lain-lain.
5. Promosi produk mie instan PT. Indofood baik melalui iklan, bazar dan demonstrasi masak maupun digunakan sebagai sponsor juga promosi perorangan. Dari berbagai media promosi, media iklan yang lebih berhasil karena banyak konsumen yang mengetahui produk mie instan

PT. Indofood dari berbagai media iklan seperti pada televisi, radio, spanduk, majalah, brosur, poster dan papan nama.

## **5.2 Saran**

Kecenderungan masyarakat dalam memilih 4 merek mie instan PT. Indofood lebih cenderung kepada mie instan Indomie penulis sarankan merek mie instan yang diproduksi paling banyak adalah merek Indomie.

Bauran pemasaran pada produk mie instan PT. Indofood sudah baik. Oleh karena itu harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan lagi supaya dapat meningkatkan volume penjualan. Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada 84 sampel orang responden, penulis menyarankan beberapa saran yang mungkin akan berguna bagi pihak-pihak yang terkait, khususnya dalam hal untuk memperbaiki promosi yaitu sebagai berikut:

1. Disarankan dengan meningkatkan promosi melalui bazar maupun demonstrasi masak ditempat yang strategis demi menarik minat beli konsumen.
2. Membuat sales lebih aktif kreatif serta berinovatif dalam menawarkan produk kepada konsumen dengan itu sales menjadi lebih mudah untuk mempromosikan atau mengenalkan produk mie instan yang di pasarkan oleh PT. Indofood.